

Examenprogramma management en organisatie VWO

Het eindexamen

Het eindexamen bestaat uit het centraal examen en het schoolexamen.

Het examenprogramma bestaat uit de volgende domeinen:

Domein A	Vaardigheden
Domein B	Interne organisatie en personeelsbeleid
Domein C	Financiering van activiteiten
Domein D	Marketingbeleid
Domein E	Financieel beleid
Domein F	Informatievoorziening met behulp van ICT
Domein G	Externe financiële verslaggeving.

Het centraal examen

Het centraal examen heeft betrekking op de domeinen C, E en G, in combinatie met domein A.

De CEVO kan bepalen, dat het centraal examen ten dele betrekking heeft op andere subdomeinen, mits de subdomeinen van het centraal examen tezamen dezelfde studielast hebben als de in de vorige zin genoemde.

De CEVO stelt het aantal en de tijdsduur van de zittingen van het centraal examen vast.

De CEVO maakt indien nodig een specificatie bekend van de examenstof van het centraal examen.

Het schoolexamen

Het schoolexamen heeft betrekking op domein A en:

- de domeinen en subdomeinen waarop het centraal examen geen betrekking heeft;
- indien het bevoegd gezag daarvoor kiest: een of meer domeinen of subdomeinen waarop het centraal examen betrekking heeft;
- indien het bevoegd gezag daarvoor kiest: andere vakonderdelen, die per kandidaat kunnen verschillen.

De examenstof

Domein A: Vaardigheden

Subdomein A1: Economische aspecten van vraagstukken binnen organisaties

1. De kandidaat kan bij veel voorkomende vraagstukken binnen commerciële en niet- commerciële organisaties de economische dimensie vanuit het perspectief van het management verklaren.

Subdomein A2: Economische instrumenten

2. De kandidaat kan:
- economische werkwijzen toepassen;
 - economische begrippen hanteren;
 - economische grootheden hanteren;
 - economische relaties verklaren.

Subdomein A3: Economische perspectieven en belangen

3. De kandidaat kan economische perspectieven en daaruit voortvloeiende belangen onderkennen van de diverse betrokkenen bij de organisatie.

Subdomein A4: Informatievaardigheden

4. De kandidaat kan:
- verschillende typen (onderzoeks)vragen herkennen en zelfstandig (onderzoeks)vragen formuleren;
 - in relatie tot een gegeven of zelf geformuleerde (onderzoeks)vraag informatie verwerven;
 - informatie vanuit een gegeven of zelf geformuleerde (onderzoeks)vraag selecteren en ordenen;
 - verbale, grafische, tabellarische en wiskundige/rekenkundige gegevens vertalen, mede met gebruikmaking van ICT;
 - de resultaten van een leeractiviteit overdragen aan anderen.

Subdomein A5: Strategische vaardigheden

5. De kandidaat kan:
- verschillende typen organisaties identificeren;
 - modellen hanteren die op deze typen organisaties betrekking hebben;
 - met behulp van deze modellen vraagstukken binnen deze organisaties stapsgewijs oplossen.

Subdomein A6: Oriëntatie op studie en beroep

Domein B: Interne organisatie en personeelsbeleid

Subdomein B1: Interne organisatie

6. De kandidaat kan beschrijven en verklaren op welke manier(en) de functies binnen commerciële en niet-commerciële organisaties dienen samen te hangen om tot goede beslissingen te komen.

Subdomein B2: Personeelsbeleid

7. De kandidaat kan:
- analyseren en verklaren waarom een organisatie bij het selecteren van personeel grote waarde hecht aan de economische voor- en nadelen die de organisatie heeft van nieuwe personeelsleden;
 - verklaren waarom de overheid via wetgeving of andere maatregelen tracht de positie van bepaalde sociale groeperingen op de arbeidsmarkt te beïnvloeden.

Domein C: Financiering van activiteiten

Subdomein C1: Rechtsvormen

8. De kandidaat kan de verschillende rechtsvormen beschrijven die commerciële en niet-commerciële organisaties kunnen kiezen, en verklaren waarom de organisatie voor een bepaalde rechtsvorm kiezen.

Subdomein C2: Aantrekken van geld

9. De kandidaat kan:
- de werking van de vermogensmarkt beschrijven vanuit het perspectief van particulieren, commerciële organisaties en niet-commerciële organisaties;
 - verklaren welke mogelijkheden, beperkingen en redenen er zijn voor particulieren, commerciële organisaties en niet-commerciële organisaties voor het aantrekken van vermogen;
 - de keuze voor het aantrekken van het vermogen cijfermatig ondersteunen.

Domein D: Marketingbeleid

Subdomein D1: Marketing van niet-commerciële organisaties

10. De kandidaat kan:
- verklaren wat het belang van marketing is voor niet-commerciële organisaties en welke principes daarbij van belang zijn;
 - de mogelijke marketingdoelstellingen herkennen en de relatie beschrijven tussen de marketingdoelstellingen, de doelstelling van de organisatie en de belangen van de consument.

Subdomein D2: Marketing van commerciële organisaties

11. De kandidaat kan:
- de mogelijke marketingdoelstellingen en de marketinginstrumenten herkennen en de relatie verklaren tussen de marketingdoelstellingen en de doelstelling van de organisatie;
 - verklaren wat het belang van marketing is voor commerciële organisaties, beschrijven hoe een commerciële organisatie informatie kan verzamelen voor de vaststelling van het marketingbeleid en voor de evaluatie van de ingezette instrumenten;
 - de kostenconsequenties berekenen van het inzetten van marketinginstrumenten op basis van verstrekte gegevens.

Domein E: Financieel beleid

Subdomein E1: Financieel beleid in niet-commerciële organisaties

12. De kandidaat kan op basis van algemene modellen een overzicht van inkomsten en uitgaven herleiden tot een staat van baten en lasten (en vice versa).

Subdomein E2: Financieel beleid in commerciële organisaties: handels-ondernemingen

13. De kandidaat kan:

- op basis van algemene modellen de verkoopprijs berekenen;
- de uitgaven en ontvangsten herleiden tot kosten en opbrengsten, een liquiditeitsbegroting en de voorcalculatorische en de nacalculatorische resultatenrekening opstellen en de samenhang verklaren;
- berekeningen uitvoeren die gericht zijn op de herleiding of vaststelling van data van een algemeen model voor de interne verslaggeving.

Subdomein E3: Financieel beleid in commerciële organisaties: industriële ondernemingen

14. De kandidaat kan:

- op basis van algemene modellen voor een bedrijf met stukproductie of voor een bedrijf met homogene massaproductie de fabricagekostprijs, de commerciële kostprijs en de verkoopprijs vaststellen, en daarbij onderscheid maken tussen werkelijke kosten en toegestane kosten;
- de ontwikkeling in de resultaten analyseren, zowel met behulp van gegevens uit interne als uit externe verslaggeving;
- op grond van geformuleerde doelstellingen geplande investeringen selecteren;
- de balans en de resultatenrekening zowel ten behoeve van de externe als ten behoeve van de interne verslaggeving opstellen, en de relatie tussen de interne en externe verslaggeving analyseren en beschrijven.

Domein F: Informatievoorziening met behulp van ICT

Subdomein F1: Informatiestromen in organisaties

15. De kandidaat kan analyseren welke informatie van belang is voor een organisatie om haar bedrijfsvoering zo goed mogelijk uit te voeren en hoe met behulp van ICT de kwaliteit van de informatievoorziening verbeterd kan worden.

Subdomein F2: Toepassing van computerprogramma's in het kader van informatievoorziening van organisaties

16. De kandidaat kan eenvoudige toepassingen van bestaande computerprogramma's aanwenden ten behoeve van de informatievoorziening van organisaties.

Domein G: Externe financiële verslaggeving

17. De kandidaat kan:

- de begroting en de jaarrekening van commerciële en niet-commerciële organisaties analyseren, zoals deze worden voorgelegd aan medezeggenschapsraden, ondernemingsraden en leden- of aandeelhoudersvergaderingen;
- een balans en de resultatenrekening voor het externe verslag opstellen en uit potentiële data de relevante grootheden kiezen.